

**PENGARUH KUALITAS PRODUK HARGA DAN LABEL  
HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PRODUK KOSMETIK DI SURAKARTA**



Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Studi Strata 1 pada  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

**NOVIANA DWI SAPUTRI**

**B 100 130 199**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2017**

## HALAMAN PERSETUJUAN

# PENGARUH KUALITAS PRODUK HARGA DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK DI SURAKARTA

## PUBLIKASI ILMIAH


Yang ditulis oleh:

**NOVIANA DWI SAPUTRI**  
**B 100 130 199**

Penandatangan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 28 Oktober 2017

Pembimbing




**(Ahmad Mardalis, SE., MBA)**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



  
**Dr. Syamsudin M.M.**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK HARGA DAN LABEL  
HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PRODUK KOSMETIK DI SURAKARTA**

Oleh

**NOVIANA DWI SAPUTRI**

**B 100 130 199**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Rabu 8 November 2017  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji


1. Drs. Wiyadi, MM., Ph.D.
2. Ahmad Mardalis, SE., MBA
3. Drs. Agus Muqorrobin, MM.

()  
()  
()

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



()  
(Dr. Syamsudin, M.M.)

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 8 November 2017

Yang menyatakan



**NOVIANA DWI SAPUTRI**

**B 100 130 199**

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK HARGA DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK DI SURAKARTA**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kualitas produk, harga, dan label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik di Surakarta. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang memakai kosmetik baik itu perempuan atau laki laki. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 konsumen kosmetik di Surakarta. Berdasarkan hasil penelitian diketahui kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di Surakarta, sehingga  $H_1$  diterima. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di Surakarta, sehingga  $H_2$  diterima. Label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di Surakarta, sehingga  $H_3$  diterima.

Kata kunci: kualitas produk, harga, label halal, keputusan pembelian.

## **Abstract**

*This study aims to test the quality of product, price, and halal label on cosmetic purchasing decisions in Surakarta. Hypothesis testing in this research using multiple regression analysis tool with t test, F test and coefficient of determination ( $R^2$ ). The population in this study are all consumers who use cosmetics whether it is female or male. The sample in this research is 100 cosmetic consumer in Surakarta. Based on the research results known product quality significantly influence the purchase decision cosmetic products in Surakarta, so  $H_1$  accepted. Price has a significant effect on purchasing decision of cosmetic product in Surakarta, so  $H_2$  is accepted. Halal label has significant effect on the decision of cosmetic product purchase in Surakarta, so that  $H_3$  is accepted.*

*Keywords: product quality, price, halal label, purchase decision.*

## **1. PENDAHULUAN**

Kebutuhan adalah suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan dasar tertentu (Kolter, 2003). Keadaan dan kodrat manusia menjadikan setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda. Khususnya bagi kebutuhan wanita, wanita selalu menjaga dan memperhatikan penampilannya agar tampil lebih cantik didepan orang lain. Oleh karena itu kebutuhan primer wanita bertambah dengan adanya kosmetik.

Kosmetik adalah zat pewarna yang digunakan untuk meningkatkan penampilan atau aroma tubuh manusia. Kosmetik merupakan campuran berbagai

senyawa kimia, beberapa campuran tersebut terbuat dari sumber alam dan kebanyakan dari bahan sintetis. Kosmetik berasal dari bahasa Yunani yaitu *kosmetikē tekhnē* yang berarti teknik berpakaian dan berhias. Asal dari kata *kosmē* artinya terampil dalam menyusun atau mengatur, dan dari kata *kosmos* yang berarti susunan dan hiasan.

Ada dua jenis kosmetik yang sering kita kenal yaitu jenis kosmetik rias yang pada umumnya digunakan sebagai riasan untuk muka atau wajah seperti bedak, lipstick, pensil alis, perona pipi, perona mata, mascara, cat rambut, dan cat kuku. Krim kulit, lotion tangan dan tubuh (*hand body lotion*), deodorant, parfum, sabun, masker muka termasuk kedalam jenis kosmetik perawatan karena fungsinya sebagai perawatan tubuh.

Di masa teknologi yang canggih seperti sekarang ini banyak macam variasi produk kosmetik yang diperjual belikan. Produk kosmetik yang bermunculan tidak hanya dari dalam negeri produk dari luar negeri banyak juga yang dipasarkan. Oleh karena itu selektif memilih produk kosmetik diperlukan. Selain untuk menjaga keamanan penggunaan kosmetik yang dipakai mengetahui kualitas produk, harga yang ditawarkan dan kehalalan kosmetik yang akan dipakai perlu untuk diketahui.

Kehalalan adalah sesuatu yang sangat penting bagi semua muslim. Kehalalan tertera di dalam Hadist dan Al-qur'an. Islam mengajarkan bahwa setiap umat muslim mengonsumsi yang ada di muka bumi ini serba halal dan baik atau *thoyib*. Baik itu makanan, minuman, obat-obatan termasuk kosmetik, dan lain sebagainya. Kosmetik dan obat-obatan disebut halal apabila bahan yang terkandung dalam keduanya harus dari bahan baku pilihan yang sesuai syariat Islam dan memiliki sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia terutama dari Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan Majelis Ulama Indonesia.

Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) dapat membantu masyarakat mengetahui tentang legalitas produk yang dikonsumsi. Lembaga ini bertugas untuk mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberi sertifikat halal sehingga

produk yang telah memiliki sertifikat tersebut dapat memberikan label halal kepada produknya. Artinya produk tersebut dari awal pertama secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur yang dilarang oleh ajaran islam, atau produk tersebut telah menjadi kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh semua kalangan terutama konsumen muslim.

Allah telah menjelaskan dalam Al-qur'an surah Al-Maidah ayat 3 yang artinya: *"Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah"*.

Dalam Qur'an surah Al-Nahl ayat 114 yang berarti :

*"maka makanlah yang halal lagi baik dari rizqi yang telah diberikan Allah kepadamu. Dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya kepadanya saja menyembah"*.

Serta didalam Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168 yang berarti:

*"Hai manusia, makanlah segala sesuatu yang ada di bumi yang halal dan baik jangan kamu mengikuti jejak syaitan karna sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu"*.

Dengan adanya label halal didalam produk tersebut umat muslim akan tenang dalam memakai produk tersebut. Selain label halal perlu mementingkan kualitas produk yang akan dibeli. Supaya tidak tertipu dengan produk kosmetik tersebut. Karena banyak sekali kosmetik yang berkualitas rendah dengan harga yang tinggi. Dengan mengetahui adanya kualitas yang baik akan terhindar dari bahan berbahaya yang ada di dalam kosmetik tersebut.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan. Kualitas produk merupakan syarat utama diterimanya suatu produk dipasar. Suatu produk diterima dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan.

Kualitas produk yang diinginkan konsumen menyangkut kebutuhan dan keamanan konsumen, sehingga konsumen merasa aman dalam menggunakan produk. Perusahaan harus memperbaiki produk lama dengan munculnya produk



baru dengan berkualitas yang baik. Karena konsumen memberikan penilaian untuk kualitas produk.

Harga juga merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan, Harga adalah sejumlah nilai yang dikeluarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang ditetapkan oleh pembeli atau penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembelian (William, 1994). Karena harga mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk bersaing dan juga untuk mempengaruhi perusahaan untuk membeli produk.

Perusahaan dapat mempertimbangkan harga pesaing untuk pedoman dalam menentukan harga jual produknya. Murah atau mahal nya harga suatu produk sangat relative sifatnya. Untuk mengatakannya perlu terlebih dahulu dibandingkan dengan harga produk serupa yang diproduksi atau dijual diperusahaan lainnya. Perusahaan perlu mengawasi harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tidak terlalu tinggi atau sebaliknya.

Dengan demikian masyarakat berfikir kembali untuk memilih suatu produk sehingga konsumen akan mendapatkan kegunaan serta manfaat yang mereka cari dalam suatu produk tersebut. Keputusan pembelian adalah tahapan dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang yang digunakan oleh konsumen (Kotler dan Armstrong 2001:226)

Dengan demikian uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Di Surakarta”**.

## **2. METODE**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian berupa penelitian kuantitatif analisis menggunakan pendekatan studi deskriptif. metode deskriptif adalah suatu metode yang meneliti suatu kelompok manusia, objek, suatu kondisi, suatu system pemikiran, atau suatu peristiwa pada masa sekarang



dengan tujuan membuat penjabaran, gambaran atau lukisan system, factual dan akurat mengenai fakta-fakta sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki (Muhamad Nazir, 2003).

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang memakai kosmetik baik itu perempuan atau laki laki. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 konsumen yang memakai kosmetik yang ada di Surakarta yang di ambil secara acak.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi linear berganda. Analisis linier berganda merupakan alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variable terikat. Yang bertujuan untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua atau lebih variable bebas (Bhuono Agung, 2005). Rumus Regresi Linier Berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan pembelian
- a = Bilangan konstanta
- b = Koefien regresi
- X<sub>1</sub> = Kualitas produk
- X<sub>2</sub> = Harga
- X<sub>3</sub> = Label halah
- e = Satandar error

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kosmetik adalah zat pewarna yang digunakan untuk meningkatkan penampilan atau aroma tubuh manusia. Kosmetik merupakan campuran bergabai senyawa kimia, beberapa campuran tersebut terbuat dari sumber alam dan kebanyakan dari bahan sintetis. Kosmetik berasal dari bahasa yunani yaitu kosmetikē tekhnē yang berarti teknik berpakaian dan berhias. Asal dari kata

kosmē artinya terampil dalam menyusun atau mengatur, dan dari kata kosmos yang berarti susunan dan hiasan.

Ada dua jenis kosmetik yang sering kita kenal yaitu jenis kosmetik rias yang pada umumnya digunakan sebagai riasan untuk muka atau wajah seperti bedak, lipstick, pensil alis, perona pipi, perona mata, mascara, cat rambut, dan cat kuku. Krim kulit, lision tangan dan tubuh (hand body lotion), deodorant, parfum, sabun, masker muka termasuk kedalam jenis kosmerik perawatan karena fungsinya sebagai perawatan tubuh.

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk, harga dan label halal terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik di Surakarta diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1  
Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	$\beta$	Beta	$t_{hitung}$	$p$
(Constant)	3,344		2,710	0,008
Kualitas Produk	0,234	0,202	2,283	0,025
Harga	0,189	0,186	2,094	0,039
Label Halal	0,321	0,618	9,987	0,000
$R^2 = 0,685$				
$F_{hitung} = 69,524$				
$F_{tabel} = 2,70$				
$t_{tabel} = 1,984$				

Sumber: data primer diolah 2017

### 3.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahana oleh setiap perusahaan. Kualitas prodak merupakan syarat utama diterimanya suatu produk dipasar. Suatu produk diterima dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan. Kualitas produk yang diinginkan konsumen menyangkut kebutuhan dan keamanan konsumen, sehingga konsumen merasa aman dalam menggunakan produk. Perusahaan harus memperbarui produk lama dengan munculnya produk baru dengan berkualitas yang baik. Karena konsumen memberikan penilaian untuk kualitas produk.

Hasil perhitungan untuk pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik di Surakarta diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,283 dan  $p=0,025$  dengan nilai koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,234 dengan parameter positif. Oleh karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,283 > 1,984$ ) dan probabilitas  $0,025 < 0,05$ ; maka  $H_1$  diterima, yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di Surakarta.

Menurut Korler dan Armstrong (2008) kualitas produk sebagai karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Sedangkan menurut Mowen dan minor (2001) kualitas prodak adalah evaluasi yang menyeluruh dari pelanggan atas kebijakan kerja barang atau jasa.

Kualitas prodak memiliki dua diemnsi utama yaitu tingkat dan konsistensi. Dalam mengembangkan produk, pemasar harus terlebih dahulu memilih tingkat kualitas yang dapat mendukung posisi produk dipasar sasaran. Dalam dimensi ini, kualitas produk merupakan kualitas kinerja, yaitu kemampuan produk dalam melukan fungsinya. Selain itu, kualitas yang tinggi juga dapat berarti konsistensi tingkat kualitas yang tinggi. Dalam konsisten yang tinggi tersebut kualitas produk berarti kualitas kesesuaian yaitu bebas dari kecatatan dan kesonsistenan dalam memberikan tingkat kualitas yang akan dicapai atau dijanjikan, jadi dalam prakteknya semua perusahaan harus berusaha keras memberikan tingkat kualitas keseuaian yang tinggi (Kotler dan Armstrong, 2008).

### **3.2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian**

Harga merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan, Harga adalah sejumlah nilai yang dikeluarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang ditetapkan oleh pembeli atau penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembelian (William, 1994). Karena harga mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk bersaing dan juga untuk mempengaruhi perusahaan untuk membeli prodak

Hasil perhitungan untuk pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik di Surakarta diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,094 dan  $p=$

0,039 dengan nilai koefisien regresi ( $b_2$ ) sebesar 0,189 dengan parameter positif. Oleh karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,094 > 1,984$ ) dan probabilitas  $0,039 < 0,05$ ; maka  $H_2$  diterima, yang berarti bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di Surakarta.

Perusahaan dapat mempertimbangkan harga pesaing untuk pedoman dalam menentukan harga jual produknya. Murah atau mahal nya harga suatu produk sangat relative sifatnya. Untuk mengatakannya perlu terlebih dahulu dibandingkan dengan harga produk serupa yang diproduksi atau dijual diperusahaan lainnya. Perusahaan perlu mengawasi harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tidak terlalu tinggi atau sebaliknya.

Menurut Sumarni dan Soeprihantono (2010) harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Setelah produk yang diproduksi siap untuk dipasarkan, maka perusahaan akan menentukan harga dari produk tersebut. Menurut Fandy Tjiptono (2008) harga merupakan satu satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya. Harga merupakan suatu cara bagi seseorang penjual untuk membedakan penawarannya dari pesaing. Penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi baraaang dalam pemasaran.

Pentingnya petapan harga bagi perusahaan hendaknya mempertimbangkan beberapa hal secara matang di setiap keputusan dalam masalah harga. Perusahaan mendapatkan harga paling tepat dalam artian yang dapar memberikan keuntungan yang paling baik dalam jangka panjang ataupun jangka pendek. Jika perusahaan menetapkan harga salah hal ini dapat menimbulkan kesulitan dalam perusahaan tersebut dan dapat menyebabkan kegagalan dalam perusahaan tersebut.

### **3.3. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian**

Kehalalan adalah sesuatu yang sangat penting bagi semua muslim. Kehalalan tertera di dalam Hadist dan Al-qur'an. Islam mengajarkan bahwa setiap umat muslim mengkonsumsi yang ada dimuka bumi ini serba halal dan baik atau

thoyib. Baik itu makanan, minuman, obat-obatan termasuk kosmetik, dan lain sebagainya. Kosmetik dan obat-obatan disebut halal apabila bahan yang terkandung dalam keduanya harus dari bahan baku pilihan yang sesuai syariat Islam dan memiliki sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia terutama dari Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan Majelis Ulama Indonesia.

Hasil perhitungan untuk pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik di Surakarta diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 9,987 dan  $p = 0,000$  dengan nilai koefisien regresi ( $b_3$ ) sebesar 0,321 dengan parameter positif. Oleh karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $9,987 > 1,984$ ) dan probabilitas  $0,000 < 0,05$ ; maka  $H_3$  diterima, yang berarti bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di Surakarta.

Produk halal adalah produk lain yang tidak mengandung unsur atau barang haram dalam proses pembuatan serta dilarang untuk umat Islam baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan pembantu lainnya termasuk bahan produksi yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi yang pengelolanya dilakukan sesuai syariat Islam serta memberikan manfaat yang lebih daripada madharat (efek) (Departemen Agama, 2003).

Produk kosmetik tidak dikonsumsi atau masuk ke dalam tubuh. Akan tetapi kosmetik biasanya dikaitkan dengan masalah suci dan najis. Produk tersebut bisa dikatakan haram jika produk kosmetik mengandung bahan baku yang mengandung najis, contohnya seperti turunan hewan haram atau pun bagian dari tubuh manusia. Sedangkan produk kosmetik halal biasanya produk yang tidak mengandung bahan-bahan najis tersebut.

## **4. PENUTUP**

### **4.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk, harga dan label halal terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik di Surakarta dapat ditarik kesimpulan:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik di Surakarta diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,283 dan  $p = 0,025$  dengan nilai koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,234 dengan parameter positif. Oleh karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,283 > 1,984$ ) dan probabilitas  $0,025 < 0,05$ ; maka  $H_1$  diterima, yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di Surakarta.
2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik di Surakarta diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,094 dan  $p = 0,039$  dengan nilai koefisien regresi ( $b_2$ ) sebesar 0,189 dengan parameter positif. Oleh karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,094 > 1,984$ ) dan probabilitas  $0,039 < 0,05$ ; maka  $H_2$  diterima, yang berarti bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di Surakarta.
3. Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik di Surakarta diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 9,987 dan  $p = 0,000$  dengan nilai koefisien regresi ( $b_3$ ) sebesar 0,321 dengan parameter positif. Oleh karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $9,987 > 1,984$ ) dan probabilitas  $0,000 < 0,05$ ; maka  $H_3$  diterima, yang berarti bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di Surakarta.

#### 4.2. Saran

Berdasarkan pada keterbatasan dan saran di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Produsen kosmetik diharapkan untuk memperhatikan kehalalan bahan produksinya, karena saat ini kesadaran masyarakat akan produk halal sudah mengalami peningkatan, sehingga dapat semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik.
2. Optimalisasi kinerja perusahaan dapat dilakukan dengan penetapan harga yang kompetitif dan kualitas produk yang bermutu, sehingga memberikan kepercayaan bagi masyarakat dalam menggunakan produk kosmetik.
3. Perlu penelitian lebih lanjut untuk mengetahui secara pasti mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan keputusan pembelian dengan

mempertimbangkan pada faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan keputusan pembelian produk kosmetik.

## DAFTAR PUSTAKA

Al-quran dan Hadits. 2003. Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Penyelenggaraan Haji, Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesnia, Jakarta: Departemen Agama, 2003, hlm 287-288.

Ghozali, Imam. 2012. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*”, Semarang: Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip dan Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jilid 1 Edisi Kedelapan. Terj.Damos Sihombing. Jakarta: Penerbit Erlangga.

\_\_\_\_\_. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi ke-12. Jilid ke-1). Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian (Terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.

Mowen, John C dan M. Minor. 2001. *Perilaku Konsumen: Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Nasir, Muhammad. 2003. Metode Penelitian. Cetakan Keempat, Penerbit Ghaila. Jakarta.

Staton, William, J. 1996. *Fundamental of Marketing*. Terj. Sandu Sundani. Jakarta: Erlangga.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga, Yogyakarta: Andi Offset.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Kosmetik>